

Le CRM, clé du succès des entrepreneurs ?

Jeunes pousses comme grands groupes trouvent dans le CRM un véritable allié pour dynamiser leurs équipes, organiser les missions de leurs collaborateurs et améliorer leur pertinence commerciale. Serait-il l'outil miracle dont rêvent tous les entrepreneurs ?

Temps de lecture : minute

6 juin 2018

Le CRM vit-il son âge d'or ? Depuis les années 90, le *Customer Relationship Management* ou, en bon français, la gestion de relation client, s'est imposé dans les entreprises. À l'origine créé pour organiser la gestion de prospects et clients, le CRM s'est développé de manière bien plus globale. Pour la startup Sellsy, qui développe cette technologie depuis maintenant plusieurs années, cet outil n'est plus uniquement dédié à la relation client, mais est devenu en l'espace de quelques années un logiciel de gestion tout-en-un. Outil de pilotage puissant, le CRM permet aujourd'hui tout aussi bien de booster la productivité de ses collaborateurs que d'automatiser des tâches jusqu'alors considérées comme répétitives.

Le CRM "*permet de nous organiser au mieux et donc de gagner du temps*". C'est en tout cas ce qu'avance la société Mobibam qui utilise l'outil CRM développé par Sellsy. Ce CRM s'est adapté aux nouveaux usages des entreprises et s'est progressivement enrichi de nouvelles fonctionnalités, devenant le partenaire idéal des commerciaux mais se faisant également une place de choix dans les pôles marketing et se frayant même un chemin jusque dans les directions.

Entièrement personnalisable en fonction des besoins de chaque

entreprise, le CRM permet notamment de mettre au point une stratégie commerciale et financière solide et d'en suivre l'évolution grâce à l'analyse des performances. De quoi améliorer la productivité des équipes et faciliter les reportings tout en allégeant l'emploi du temps des managers dédiés à ces tâches. Mais le CRM permet surtout de gagner en rentabilité en suivant consciencieusement chacune des opportunités d'affaires, un enjeu de taille pour n'importe quelle entreprise, des PME aux grands comptes.

L'outil dont rêvent les commerciaux

De plus en plus nombreuses et chronophages, les tâches administratives des entreprises - comme la constitution d'une base de données clients - empiètent sur d'autres actions à plus grande valeur ajoutée. C'est là que le CRM se révèle être aussi un outil particulièrement confortable pour les entreprises. La startup [LR Marketing](#) utilise depuis trois ans le CRM pour suivre ses clients dès le premier contact. Un historique de chacun des clients de l'entreprise est ainsi généré automatiquement. La création de cette base de données complète permettra par la suite au pôle commercial de ne rater aucune opportunité et de mieux connaître les clients auxquels il s'adresse.

Au départ créé dans l'optique d'augmenter la productivité des commerciaux, c'est donc évidemment là que le CRM déploie le plus grand nombre de fonctionnalités... et d'attraits. Le CRM permet par exemple aux commerciaux d'accéder, directement via leur smartphone, aux activités prévues assignées aux clients et à l'historique des commandes. De la mise en place de plans de prospection à la constitution d'une base de données clients et de son suivi, le CRM fait gagner du temps aux commerciaux tout en rationalisant les actions commerciales de l'entreprise qui l'utilise. Une meilleure connaissance du parcours de chaque client a ainsi un impact direct sur les techniques de vente à mettre en oeuvre pour optimiser les chances de conclure une opération.

Et tend finalement à augmenter la satisfaction client, créant de surcroît un cercle vertueux pour l'entreprise.

De nouveaux usages pour le service marketing

Si le CRM s'impose comme un outil stratégique, il n'en reste pas moins un allié technique des forces marketing. L'outil accompagne ainsi les collaborateurs dans la gestion de l'emailing, depuis la création d'e-mails de prospection jusqu'au suivi statistique des taux d'ouverture ou de clic. Chacun peut ainsi mesurer précisément la portée de ses actions de prospection ou de relance. Ces fonctionnalités permettent également de générer des leads qualifiés, faisant ainsi gagner du temps aux commerciaux qui peuvent se concentrer sur des prospects à fort potentiel.

Service après service, le logiciel CRM a su s'adapter à chaque problématique de l'entreprise et s'imposer comme un outil indispensable à leur succès. La complémentarité des modules que peut proposer certains acteurs comme Sellsy, permet aux jeunes pousses de travailler sur une plateforme unique, optimisant ainsi les coûts liés aux outils et le temps des collaborateurs. Et, les entrepreneurs le savent, gagner du temps et de l'argent sont les clés de la réussite.

Maddyness, partenaire média de Sellsy.